

Cathy N. Briest Breda
INSEEC Campus Chambéry

cbreda@inseec.com

0033(0)479253254

Assistant Professor in Marketing

PhD in Management Sciences (The individual's factors of loyalty in the context of an experiential consumption).

PUBLICATIONS IN REFERREED JOURNALS

Bornard F. et Briest Breda Cathy-Nadège (2014), "Développer l'esprit d'entreprendre, une question d'agilité", *Revue de l'Entrepreneuriat* (FNEGE rank 3).

BOOKS AND BOOK CHAPTERS

Breda, C., (2012) La recherche collaborative comme fondement du développement professionnel. *Le développement professionnel des cadres, apprentissage et gestion des connaissances*, Collection Profession cadre service public, under the leadership of Yvon Pesqueux, Editions Scérén, 137-146.

Breda C., Ocler R., (2009), A la recherche des chronotopes perdus : quiproquo autour de la notion d'expérience en marketing, In : *Sémantique et organisations : fantasmes, mythes, non-dits et quiproquos*, under the leadership of. Ocler R., L'Harmattan.

CONFERENCE PROCEEDINGS

Briest-Breda C.N. (2015), « Une expérience d'apprentissage transformatif pour le marketing : le cas du design thinking », 14th International Marketing Trends Conference, ESCP-Europe, Paris, 22-24th January 2015.

Breda, C. (2013), « *Pensée design et effectuation : vers un marketing entrepreneurial* », « Enseignement, formation et accompagnement dans le champ de l'entrepreneuriat », 31 janvier-1^{er} février 2013.

Breda, C., Salvador, M. (2011), « *Design Hotels: Can design be a tourist destination?* », Colloque international annuel TTRA (Travel and Tourism Research Association) "Creativity and innovation in tourism" Archamps, France, Avril.

Breda, C. (2010), « *Marketing and reflexivity* », Standing Conference for Management & Organizational Inquiry, Washington, USA, March 2010.

Breda C., Olcer R. (2009), « *Evaluer la responsabilité sociale des entreprises : de la normalisation au désenchantement* », International Colloquium and Doctoral consortium : Sur les indicateurs d'évaluation de la responsabilité sociale et

environnementale des entreprises, 8-10 June 2009, Lyon, Jean Moulin University Lyon 3, France, organised in partnership with I'ISEOR and the Academy of Management (USA): Divisions MC, ODC, ONE, RM, SIM, PTC

Breda C., (2009), «*Complexity and re-enchantment: towards a continuous cognitive and reflexive process*», Standing Conference on Management & Organizational Inquiry, Orlando, USA, March 2009.

Breda C., Ocler R. (2008), «*A la recherche des chronotopes perdus : impacts du sens de l'expérience sur l'individu et son rapport à l'organisation*», International Conference from 21 to 23 April 2008, co-organised by the Division « Organizational Development and change » of the Academy of Management (USA) and by I'ISEOR, Jean Moulin University Lyon 3, Lyon, France.

Breda C., Ocler R. (2008), «*Cioran: Philosophy in action, excess in pessimism within organizations*», Standing Conference on Management & Organizational Inquiry, Philadelphia, USA, March 2008.

Breda C. (2008), «*Le design de l'expérience de la marque*», 7th International Marketing Trends Congress, Venice, January 17-19, 2008. ESCP-EAP European School of Management, Università Ca' Foscari Venice

Ocler R., Cattellin M., Breda C., Bellow E. (2008), «*Responsabilité sociale, réseaux et comportement du consommateur*», In Transversalité de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise - L'entreprise à l'aune de ses responsabilités vis-à-vis de l'homme, de l'environnement et du profit ?, 5th Congress of the ADERSE, 10 and 11 January 2008, Pierre Mendès University Grenoble France, Grenoble School of Management

Selmi N., Breda C. Giannelloni J.L. (2007), «*La perception de la pratique du Yield management par le consommateur : proposition d'une échelle de mesure*», A paper at the 23rd International Congress of the French Marketing, 'Association, Aix-les-Bains

Breda C. (2005), «*La fidélité du consommateur à travers une consommation de type expérientiel: Réflexions autour d'un cadre intégrateur et quelques résultats empiriques*», Communication at the 4th International Congress on Marketing, Tendances ESCP-EAP, 21-22 January, 2005, Paris.

Breda C. (2005), «*Individual factors of loyalty in the context of an experiential consumption*», in the Consumer & Personality Research Conference, Dubrovnik, Croatia, 20-24th September. 2005.

Breda C. (2002), «*Les apports du modèle expérientiel pour l'étude de la fidélité du consommateur de services touristiques*», in Research Colloquium on Tourism, I.U.P. T.H.T.L Association, Chambéry, 12-14 September 2002.

PUBLICATIONS UNDER REVIEW

Breda, C. (2010), "To what extent would marketing be reflexive?" *Annual Review of Management & Organization Inquiry*, pp.40-46.

Breda, C. (2009), "Complexity and re-enchantment: towards a continuous cognitive and reflexive process", *Annual Review of Management & Organization Inquiry*, pp.39-46.

Breda, C. (2008), « Les natures de l'expérience à la marque », *Revue Economique et Sociale*, vol.66, pp.65-74.

Breda, C., Delattre, M., Ocler R. (2008), "The Story behind Identities: from Corporate Discourses to Individual Recognition", *Tamara Journal of Critical Organization Inquiry*, vol.7, n°7.1, pp.82-90.

Breda, C., Ocler R., (2008), "Cioran's philosophy in action: excess of pessimism within firms", *Annual Review of Management & Organization Inquiry*.

Breda, C. (2008), "La fidélité du consommateur : de l'état au processus à travers le prisme de la transformation de la conscience", *Revue Economique et Sociale*, vol.66, n°2, pp.113-124.

CURRENT RESEARCH PROJECTS AND INTERESTS

Learning theories & entrepreneurial marketing.

Transformative Consumer Research / The transformative side of an experience.

Value creation & co-creation.